

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GRAFIK.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang Masalah .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Permasalahan .....</b>	<b>3</b>
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	3
1.2.2 Rumusan Masalah.....	3
<b>1.3 Ruang Lingkup Perancangan .....</b>	<b>4</b>
1.3.1 Batasan Masalah .....	4
<b>1.4 Tujuan Perancangan.....</b>	<b>4</b>
1.4.1 Tujuan Khusus .....	5
1.4.2 Tujuan Umum.....	5
<b>1.5 Manfaat Perancangan.....</b>	<b>5</b>
1.5.1 Bagi Restoran “Warung Sekar Taji” .....	5
1.5.2 Bagi Akademis.....	5
1.5.3 Bagi Penulis .....	5
<b>1.6 Metode Pengumpulan Data.....</b>	<b>6</b>
1.6.1 Metode Studi Pustaka .....	6
1.6.2 Metode Observasi .....	6
1.6.3 Metode Wawancara .....	7
1.6.4 Metode Kuisisioner.....	7
<b>1.7 Analisis Data .....</b>	<b>8</b>

1.8	<b>Kerangka Perancangan .....</b>	<b>9</b>
1.9	<b>Sistematika Penulisan .....</b>	<b>10</b>
<b>BAB II DASAR PERANCANGAN .....</b>		<b>11</b>
2.1	<b>Bauran Promosi (Promotional Mix).....</b>	<b>11</b>
2.2	<b>Promosi.....</b>	<b>12</b>
2.2.1	Tujuan Promosi .....	13
2.2.2	Konsep Promosi .....	13
2.2.3	Media Promosi .....	14
2.3	<b>Bauran Pemasaran Jasa (Marketing Mix).....</b>	<b>17</b>
2.4	<b>Unsur Visual .....</b>	<b>20</b>
2.5	<b>Teori Analisis .....</b>	<b>31</b>
2.5.1	SWOT .....	31
2.5.2	Matrix Perbandingan .....	32
<b>BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH .....</b>		<b>35</b>
3.1	<b>Data dan Fakta .....</b>	<b>35</b>
3.1.1	Profil Perusahaan .....	35
3.1.2	Logo Perusahaan.....	38
3.1.3	Mitra Perusahaan .....	39
3.1.4	Sumber-sumber terpercaya.....	40
3.2	<b>Data Produk.....</b>	<b>41</b>
3.2.1	Jam Operasional.....	41
3.2.2	Lokasi.....	41
3.2.3	Paket Makanan.....	42
3.3	<b>Data Khalayak Sasaran .....</b>	<b>43</b>
3.4	<b>Data Hasil Wawancara .....</b>	<b>44</b>
3.5	<b>Data Observasi.....</b>	<b>48</b>
3.6	<b>Data Hasil Kuesioner .....</b>	<b>53</b>
3.6.1	Analisis Data Hasil Kuesioner .....	58
3.6.2	Analisis Data Hasil Kuesioner .....	70
3.7	<b>Data Media Promosi terdahulu.....</b>	<b>71</b>
3.8	<b>Data Media Promosi Pesaing Sejenis .....</b>	<b>73</b>
3.9	<b>Analisis Data .....</b>	<b>83</b>

3.10	Analisis Media Promosi Terdahulu .....	84
3.11	Analisis Matrix Perbandingan .....	87
3.12	Analisis SWOT.....	94
3.13	Kesimpulan Hasil Analisis Data.....	97
<b>BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN .....</b>		<b>98</b>
4.1	Konsep Perancangan .....	98
4.1.1	Konsep Pesan .....	98
4.1.2	Konsep kreatif.....	102
4.1.3	Konsep Media .....	103
4.1.4	Konsep Visual.....	106
4.1.5	Proses Perancangan.....	110
4.1.6	Konsep Marketing.....	123
4.1.7	Konsep Bisnis .....	125
<b>BAB V PENUTUP .....</b>		<b>127</b>
5.1	Kesimpulan .....	127
5.2	Saran.....	128
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>129</b>